

kan overtrædelse af bestemmelserne i § 1, jfr. § 2, for så vidt angår levned- og nydelsesmidler, altid påtales af det offentlige.“

5. I § 17 indføjes som nyt stk. 3:

„Er en overtrædelse af denne lov begået til fordel for et aktieselskab eller lignende, kan bødeansvar pålægges virksomheden som sådan.“

I lovforslagets § 2 indeholdtes hjemmel til bekendtgørelse af loven og i § 3 ikrafttrædelsesdatoen den 1. september 1958.

Ved fremsættelsen af lovforslaget fremhævede *handelsministeren* som de vigtigste af de foreslåede ændringer dels bestemmelsen, hvorved der søgtes tilvejebragt beskyttelse for uhjemlet brug her i landet af de navne og kendetegn, som anvendes af de af De Forenede Nationer oprettede organer eller af andre mellemstatlige organisationer, dels bestemmelsen om forbud mod bortlodninger i reklameøjemed. De øvrige ændringer tilsigtede en teknisk ajourføring af loven.

Ved I. behandling blev der fra alle sider givet tilslutning til forslaget om beskyttelse af navne og kendetegn, som anvendes af De Forenede Nationer m. v., og debatten drejede sig i hovedsagen om det foreslåede forbud mod bortlodninger i reklameøjemed.

*Chr. Christiansen* (S) fandt, at man i vareomsætningen måtte stile efter principper, hvorefter de enkelte forbrugsvarer i konkurrencen kom til at sejre i kraft af deres kvalitet og pris, og mente, at det forekom det købende publikum, at der alt for ofte foretages reklamefremstød, der tenderer mod en usund udvikling af vareomsætningen. Han fremhævede i denne forbindelse den forøgede anvendelse af bortlodning og den stigende udbredelse af værdikuponer og gav tilslutning til forslaget om forbud mod bortlodning, men kunne ønske, at der endvidere indførtes forbud mod anvendelse af værdikuponer. Specielt hvad angår den foreslåede undtagelsesbestemmelse, hvorefter dag- og ugeblade samt tidsskrifter fortsat skulle være berettiget til til bladets eller tidsskriftets udbredelse at foranstalte bortlodninger, udtalte han, at pressen ville være dårligt tjent med en sådan undtagelsesstilling. Han gav — i øvrigt som samtlige andre ordførere — udtryk for tilfredshed med, at pressen havde taget afstand fra denne bestemmelse.

*Anker Lau* (V) stillede sig tvivlende over for et forbud mod bortlodning i reklameøjemed. Han var klar over, at ønsket om et sådant forbud var fremkommet fra en række detailhandlerorganisationer og visse forbrugerorganisationer, der som begrundelse for deres ønske havde fremhævet, at reklame i almindelighed er varefordyrende. Han kunne ikke tilslutte sig denne begrundelse, fandt tværtimod, at reklame fremkalder et større og hurtigere salg, hvorved der opnås en bedre udnyttelse af produktionskapaciteten og dermed forudsætning